

京

东原宿一家实体店，免费送14年，年营收400万，你敢这么做吗？播

产品名称	京 东原宿一家实体店，免费送14年，年营收400万，你敢这么做吗？播
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

果在线下开一家实体门店，然后所有产品不要钱“免费送”，请问你敢这么做吗？有些人可能会说这样做疯了吧，开这样一家门店就算是轰动全网的杭州马，它也亏不起呀。

那么这样一家店。，在我们现实生活中它存不存在呢？别说还真有，在京东的原宿就有这么一家实体店，他们不但免费送，而且一送还是14年，而且每年的营收还做到了400多万。

这时候有些人会问，你说得不对啊，产品不都是免费送的吗！那400万的销售额从何而来的？把别人的成得失作为自己的借鉴，欢迎有电商思维的朋友一起来探讨。

如果有过了解的朋友应该也知道，虽然他们家所有的产品都是免费送，但他们的会员费，货架费和数据包那可都是要收费的。

先让我们来了解下他们所说的会员费是怎么一个形式？如果想要拿走他们家的产品，那么就必须先交会员费，那么每年的会员费到底是多少呢？折合人民币大概80块钱左右，那么会有多少人愿意交这个会员费呢?据统计，他们已经做到了470万的会员量。

说到这里是不是觉得难以置信，你是不是会想为什么会有这么多人被套路呢？可以告诉你其实很简单，无非就是两个字“划算”。

每年才80块钱的会员费，据说他们店里的产品个个都是大牌产品，随便拿走一件，可能都不止80块钱，那要是拿上10件那不是直接稳赚了。

当然，这种事肯定是有规定限制的，你每次去拿的时候，产品数量都是有限制的，不会让一个人就把店铺直接给搬空的，更重要的是，他们为了保证消费者的使用体验，每天只接待600-700位会员，如果你没有在线上进行预约，到店的资格的话，就算你到了店门口也不会让你进去。

那么通过预约进去体验怎么样呢？他们的门店一共分为三个区域，一个区域专门让会员现场试用体验。一个区域是为了观赏，不卖也不送。另外一个区域则是随便拿一件产品，只要你看上了，随时都可以直接带走。

还有人会说消费者一年才交80块钱，随便拿走几件产品也值得啊，这家店不是就亏大了，可以这样说，就算消费者一分钱没有交，他们还是赚的，为什么呢？

这个时候就可以来聊聊他们家的“货架费”了，什么意思呢？有些人会认为他们家那么多的大牌产品，是需要花钱采购，不是的，他们不但没花一分钱，而且那些高端品牌商还要倒给他们钱。

那么这些都是什么样的骚操作呢，他们店铺也是有规则限制的，所有产品都是经过精挑细选，就算你的品牌，质量不行、口碑不行也不能进去，必须要实际真实的让消费者放心体验。每个货架每个礼拜要12000-13000块钱的展位费，就算你交了这些钱，如果品牌商不提前预约的话，那也是会没有位置的。

可能有人会觉得13000块钱很贵，但对于绝大多数的品牌商来说，他们的每一个新品上市都会有巨大的广告预算，所以这个费用对于他们来说都是小菜一碟。

这样你有没有发现一家实体店好像变成了一家广告公司，那么他们的模式有没有我们值得借鉴的地方呢？大家可以思考一下.....

讲完了他们的货架费和会员费，现在我们来看一下他们最后一项“数据包”是以怎么一个形式来实施

前面我们讲到了一个他们区域的现场测试体验区，而在这个区域体验的消费者所有的测试结果，他们都会做一个数据库，那么这些数据都有什么用呢？

当然，对于他们门店来说没有任何用处，但对于那些高端品牌商来说，这些数据会很宝贵。品牌商可以根据这些数据来调整自己的产品线，调整公司研发部门的创新思路。

那你觉得这些数据包有没有吸引力？如果你是品牌商，你会不会花钱把它买回来。所以说这一块的收入，对于他们来说也是巨大的收入，相当于一个公司的数据资料库。掌握了重要的资料。

总结：虽然他们家所有的大牌产品都是免费的，但是通过会员费、货架费和出售数据包的费用，他们一年还是做得了几百万的营收，也是很不错的，那么这样的一个店，如果让你来经营的话，你会选择从哪里变现？

针对各种实体店的线上线下经营，切实明确自己的需求，可以选择不同的模式来进行融入，搭配商城应用。例如：链动、全民拼购、广告电商、泰山众筹、分享购、元宇宙电商等等。实体店转型势在必行，只有融合才有未来。

实体店深入社区，连接到每一个人。实体店的特色在于人们购物是可以实实在在地看到实物，第一时间可以触碰到物品，感受到物品好坏。人与人之间可以交流产生感情有很好的服务体感。但是实体店竞争的激烈程度和压力是非常大的。我们在互联网时代经营实体店的同时也要学习互联网模式和运用好互联网。